

2017年2月28日(火) 株式会社ホットリンク

ホットリンク、中国の SNS 上のクチコミを分析
2017 年春節期間の訪日中国人消費動向を振り返り
～行先は若者に人気のスポットの存在感が増加。「買った」ものはお菓子が上昇～

【概要】

株式会社ホットリンクグループである株式会社トレンドExpress(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:濱野智成 以下、トレンド Express)は、春節期間の中国人による SNS 上のクチコミをもとに、中国のお正月「春節」(2017年1月28日)の時期における訪日中国人による消費動向に関する今年の特徴を発表します。

【「行った」ランキング上位では札幌と若者の増加をうかがわせるスポットが上昇、小売店には若干の変動も。】

トレンド Express では、2017 年の春節期間を含む期間の中国の SNS 上のユーザーの投稿を収集・分析し、それぞれ日本で「行った」「買った」と書き込まれている件数をもとにランキングを作成しました。

中国国内では、春節期間を旅行に充てる中国人は昨年と比べ増加傾向にあり、すでに一大ブームとなっていると報じられる中※、日本旅行における「行った」では 1 位は「沖縄」、2 位「清水寺」、3 位「札幌」、4 位「心齋橋」、5 位「道頓堀」、6 位「表参道」が続く結果となりました。昨年に引き続き、沖縄とゴールデンルートの人気は健在ですが、昨年 5 位の札幌がランクアップしており、札幌も人気都市の地位を確立しつつあると言えそうです。

2017 年春節「行った」ランキング

順位	地名	クチコミ件数	昨年順位
1	沖縄	11,325	1
2	清水寺	2,612	29
3	札幌	2,428	5
4	心齋橋	2,405	2
5	道頓堀	2,128	3
6	表参道	1,572	26
7	奈良公園	1,530	14
8	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	1,462	32
9	ヨドバシカメラアキバ	1,409	16
10	ドン・キホーテ	1,363	7

期間:2017/1/25-2/7 の春節を含む二週間

対象 SNS:新浪微博

調査方法:書き込みから場所が特定できたものを集計

昨年はトップ 20 の圏外だった 6 位「表参道」と 8 位「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」のランクアップの背景には若者の訪日中国人増加の可能性がうかがえます。小売店では昨年同様の調査で 16 位だった「ヨドバシカメラアキバ」が 9 位にランクアップ、昨年 7 位だった「ドン・キホーテ」が 10 位に、昨年 4 位だった「ラオックス」はトップ 20 圏外という結果でした。

【出身地別で築地に最も来ているのは北京。20 歳前後は「三十三間堂」「大覚寺」が好き。】

トップ 20 には届かないものの、今後訪日中国人の関心をさらに引き寄せる可能性がある 31～40 位のスポットは、下記表のような結果になりました。36 位「阿蘇火山博物館」、37 位「岡崎」といった地方がランクインしており、地方分散化が進んでいると言えそうです。

投稿したユーザーの属性を分析したところ、10 か所のうち 33 位「代々木」(男性 57%、女性 43%)のみ、唯一男性が女性を上回る結果となりました。昨年は代々木に関する「行った」という投稿がなかったため、急激に注目を集めたことがうかがえます。実際の投稿を確認してみると、「水樹奈々のライブに行った」や、「東新宿から代々木、代々木公園、下北沢、原宿、渋谷とでかけた」といった内容が見られました。国立代々木競技場でのライブを目的の一つとして訪日している中国人がいることがわかります。

ユーザーの出身地に着目してみると、どのスポットでも上位には広東省、上海市、山東省、北京市、浙江省、江蘇省が並ぶ一方で、唯一築地魚市場で北京市のユーザー比率が最も高くなりました。北京は海に接していないため、日本の海鮮により魅力を感じる傾向がある可能性が考えられます。また年代別に見ると、「三十三間堂」「大覚寺」は特に 19-24 歳が多く訪れているようです。この年代では歴史ある建造物への興味がより高いことが考えられます。

2017 年春節「行った」ランキング 31～40 位

順位	地名	クチコミ件数	昨年順位
31	上野公園（東京）	936	128
32	難波（大阪）	887	173
33	代々木（東京）	884	なし
34	築地魚市場（東京）	862	44
35	池袋（東京）	851	40
36	阿蘇火山博物館（熊本）	833	172
37	岡崎（愛知）	818	221
38	三十三間堂（京都）	808	197
39	アメ横（東京）	807	35
40	大覚寺（京都）	776	67

期間:2017/1/25-2/7 の春節を含む二週間
対象 SNS:新浪微博
調査方法:書き込みから場所が特定できたものを集計

【日本で「買った」もの、今年はカテゴリ別では化粧品がトップに。お菓子和電気製品がランクアップ。】

続いて2017年春節期間に日本で「買った」ものの変化をカテゴリから追ってみました。今年のカテゴリごとのクチコミ件数トップ5は1位「化粧品」、2位「生活用品」、3位「医薬品」、4位「健康食品、サプリメント」、5位「ベビー用品」となりました。順位が入れ替わったものの、トップ5のカテゴリは昨年と同じという結果となりました。一方で6位以下には変動が見られました。まず6位に「お菓子」がランクインし、昨年の10位から大きく順位を上げています。日本のお菓子は越境ECでも一部取り扱いがありますが、商品が本物かどうか疑う傾向があるため、「日本で買う」という要素が訪日中国人への訴求力となっている可能性があります。あるいは越境ECで取り扱いのない商品に対して「日本でしか買えない」点に価値を認めて購入しているとも考えられます。

お菓子同様昨年比ランクアップしたのは他に「美容家電」、「デジタル製品」、「家電」となりました。また今年には13位に「医療器具」が初めてランクインしました。「血圧計」、「体温計」、「鼻洗浄」が購入されています。背景には健康管理への関心の高まりや日本製の医療器具への注目があるのかもしれない。反対に昨年ランクインしていた「魔法瓶」「靴下、下着」「温水洗浄便座」が今年はランキング圏外となりました。魔法瓶や靴下(タイツ)はECで日本製品が手に入るようになったことの影響が考えられます。「アニメグッズ」と「酒」は昨年と比べ順位の大きな変動はなく、またクチコミ件数も増減がほとんどありませんでした。それぞれ安定して人気を博しているカテゴリと言えるのではないのでしょうか。

2017 年春節カテゴリ別「買った」ランキング

順位	商品カテゴリ	昨年順位
1	化粧品	2
2	生活用品	3
3	医薬品	1
4	健康食品、サプリメント	4
5	ベビー用品	5
6	お菓子	10
7	服飾	6
8	美容家電	11
9	食品	7
10	デジタル製品	13
11	家電	19
12	文房具	12
13	医療器具	なし
14	アニメグッズ	15
15	酒	14
16	玩具	16
17	その他（アクセサリ）	なし

期間:2017/1/25-1/31 の春節を含む一週間
対象 SNS:新浪微博
調査方法:書き込みから「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿を収集、集計しランキング化

※ http://www.p5w.net/news/cjxw/201702/t20170206_1705015.htm

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

■株式会社トレンド Express について

株式会社トレンド Express は、ホットリンクグループの強みを活かし、ソーシャル・ビッグデータを核としたクロスバウンド(インバウンドやアウトバウンド)消費に関するマーケティング調査だけでなく、ビジネスモデルの策定、具体化のソリューション提供、プロモーション支援をいたします。

【事業内容】

- ・世界各国ソーシャル・ビッグデータを使ったマーケット調査・インバウンド消費に関する需要予測・分析・レポート
- ・図解トレンド Express の編集・発行
- ・ソーシャル・ビッグデータ分析を基にしたプロモーション提案や支援

設 立 日: 2015年11月 資 本 金: 100百万円(2017年1月14日時点)

代 表 者: 代表取締役会長 桧野 安弘 / 代表取締役社長 濱野 智成

企業サイト: <http://www.trendexpress.jp/> Twitter: https://twitter.com/trendexpress_jp

■株式会社ホットリンクについて(証券コード:3680 東証マザーズ)

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。また、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるクロスバウンド(インバウンドやアウトバウンド)消費支援サービスの拡大により今後のさらなる成長を実現します。

設 立 日: 2000年6月26日 資 本 金: 1,243百万円(2016年9月末時点)

代 表 者: 代表取締役社長 CEO 内山 幸樹

企業サイト: <http://www.hottolink.co.jp/> 公式ブログ: <http://www.hottolink.co.jp/blog>

Twitter: http://twitter.com/hottolink_pr Facebook: <https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク コーポレートコミュニケーション本部 広報部

東京都千代田区富士見一丁目3番11号 富士見デュープレックスビズ TEL:03-6261-6932